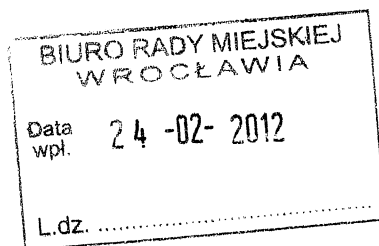


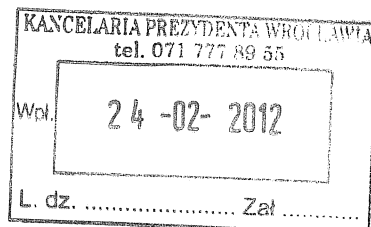
33 a/q

Wrocław, 24 luty 2012 roku

Rafał Czepil
Radny Rady Miejskiej
Wrocławia



Pan
Rafał Dutkiewicz
Prezydent Wrocławia
Ul. Sukiennice 9
50-107 Wrocław



INTERPELACJA

Podwyżki cen biletów komunikacji zbiorowej we Wrocławiu wywołały w różnych środowiskach bardzo ożywioną i nacechowaną emocjami dyskusję. Stała się też ona przyczynkiem do poruszenia szerszego zagadnienia – polityki miasta wobec komunikacji zbiorowej i wizji jej funkcjonowania jako niezmiernie ważnego obszaru życia, który ma bezpośredni wpływ na postrzeganie jego jakości przez wrocławian. Niestety, cała ta emocjonująca dyskusja nie zatrzymała planów dotyczących podwyżek cen przejazdów w środkach komunikacji zbiorowej!

Wiele głosów popierających podwyżkę cen biletów MPK, podkreślało, że wzrost cen spowoduje zwiększenie wpływów w kasie miasta, które będzie można przeznaczyć na inwestycje w nowy tabor czy nowe rozwiązania z obszaru komunikacji zbiorowej.

Dlatego pragnę zaproponować wprowadzenie dodatkowej możliwości pozyskiwania środków finansowych na polepszanie i systematyczne unowocześnienia wrocławskiej spółki, poprzez zagospodarowanie powierzchni

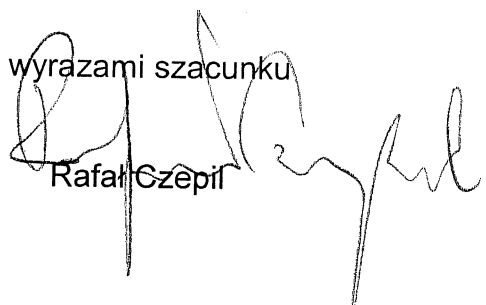
(rewersu) – biletów komunikacji zbiorowej jako nośnika reklamowego dla przedsiębiorców zainteresowanych dotarciem do szerokiego spektrum odbiorców.

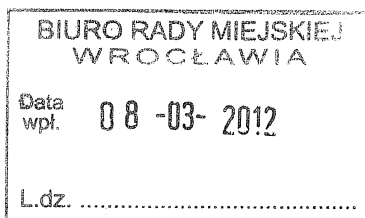
Bilet w momencie skasowania, zostaje oznaczony przez kasownika na awersie (to tam jest informacja o konieczności skasowania biletu wraz ze strzałką o kierunku wprowadzenia biletu do kasownika). Rewers pozostaje niewykorzystany.

Wprowadzenie nowego rozwiązania zapewne przyniesie dodatkową możliwość zarabiania przez MPK.

Z wyrazami szacunku

Rafał Czepi





Pan Rafał Czepil

Radny Rady Miejskiej Wrocławia

Wrocław, 5 marca 2012 r.

WTR - O.0003.3.2012. DK

Dotyczy: interpelacji z 24 lutego 2012 r.

W odpowiedzi na interpelację złożoną w dniu 24 lutego 2012 r., w której zaproponował Pan wprowadzenie dodatkowej możliwości pozyskiwania środków finansowych poprzez zagospodarowanie powierzchni rewersu biletów komunikacji zbiorowej jako nośnika reklamowego dla przedsiębiorców zainteresowanych dotarciem do szerokiego spektrum odbiorców, uprzejmie wyjaśniam co w sprawie następuje.

Poruszona przez Pana kwestia nie pozostaje bez regulacji w przepisach prawa miejscowego, jakie obowiązują we Wrocławiu. Zgodnie bowiem z przepisem § 5 ust. 3 załącznika do uchwały Rady Miejskiej nr VIII/275/99 z dnia 23 kwietnia 1999r. w sprawie zasad odpłatności za usługi przewozowe świadczone środkami lokalnego transportu zbiorowego (Dziennik Urzędowy Województwa Dolnośląskiego z 2002 r. Nr 8, poz.232 z późn. zm.), na biletach mogą znajdować się reklamy, zaś szczegółowe warunki umieszczania reklam oraz zasady odpłatności za nie określi umowa zawarta pomiędzy Gminą, a reklamodawcą.

Mając na uwadze przytoczony przepis, właściwe w tym zakresie regulacje zawarte zostały w umowie z dnia 18 stycznia 2011 r. na druk biletów wrocławskiej komunikacji miejskiej, zawartej pomiędzy Gminą Wrocław (Zamawiającym), a Wykonawcą.

Umowa ta w § 6 ust. 13 stanowi, iż Zamawiający może zlecić umieszczenie na określonej partii biletów dodatkowych treści o charakterze reklamowym, przy czym cena takich biletów zostanie oparta na cenie ofertowej zwiększonej o wartość dodruku według kosztorysu Wykonawcy. Koszty dodruku ponosi reklamodawca.

W dotychczasowej praktyce zaledwie kilkakrotnie przedsiębiorcy zwracali się z zapytaniem o możliwości zamieszczenia reklamy na rewersie biletów w formie papierowej, jednakże ostatecznie nie dochodziło do podjęcia w tym zakresie współpracy.

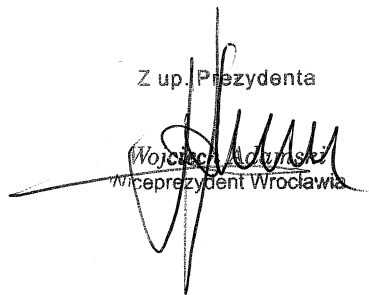
Ponadto w obecnym stanie faktycznym należy wziąć pod uwagę jeszcze jedną kwestię, a mianowicie model dystrybucji biletów wrocławskiej komunikacji miejskiej, zgodnie z którym podmiotem odpowiedzialnym za dystrybucję jest Mennica Polska S.A., która działa w imieniu i na rzecz Gminy Wrocław, w oparciu o umowę z dnia 2 grudnia 2009 r. o świadczenie usług sprzedaży biletów komunikacji miejskiej.

Na mocy wspomnianej umowy Mennica Polska S.A. dystrybuuje zgodne z obowiązującą taryfą bilety okresowe (w formie elektronicznych biletów kodowanych na Urbancard), jak również bilety w formie papierowej (jednorazowe i czasowe), dostępne w terminalach obsługowych w punktach sprzedaży należących do Mennicy, terminalach samoobsługowych posadowionych na terenie miasta oraz terminalach mobilnych zamontowanych w pojazdach.

Ponadto bilety w formie papierowej drukowane są na mocy wspomnianej już wcześniej umowy z dnia 18 stycznia 2011 r. na zlecenie Gminy (Zamawiającego), następnie pobierane z magazynu i dystrybuowane w sieci sprzedaży podmiotów współpracujących z Mennicą.

Biorąc pod uwagę powyższe osobno należy rozważać kwestię treści reklamowych ewentualnie zamieszczanych na rewersach biletów papierowych drukowanych na zlecenie Gminy, jak i na rewersach biletów emitowanych w kanałach dystrybucyjnych Mennicy Polskiej S.A.

W świetle powyższego nie ma przeszkód, aby wykorzystać rewersy papierowych biletów wrocławskiej komunikacji miejskiej do zamieszczenia na nich treści o charakterze reklamowym pod warunkiem oczywiście, że strony zainteresowane osiągną w tym zakresie porozumienie.

Z up. Prezydenta

Wojciech Adamczyk
wiceprezydent Wrocławia

Do wiadomości:

1. Biuro Rady Miejskiej
2. Biuro Prezydenta